

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАСТРОЕНИЯ МОЛОДЁЖИ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Каминский Вадим Сергеевич*

*Инженер-исследователь лаборатории исследования социальных  
процессов и эффективности государственного управления,*

*Институт социально-экономического развития территорий*

*Российской академии наук (ИСЭРТ РАН), г. Вологда*

*E-mail: [FDCDE56B@yandex.ru](mailto:FDCDE56B@yandex.ru)*

## YOUTH'S ECONOMIC MOOD OF VOLOGDA

### АННОТАЦИЯ

Экономика направлена на улучшение благосостояния народа, поэтому  
чрезвычайно важно изучать экономические настроения населения.

В статье автор сосредоточился на изучении экономического настроения молодёжи. Были рассмотрены оценки экономической обстановки в стране и регионе, самооценка личного материального положения (покупательная способность, социальная самоидентификация, фактический и необходимый уровень доходов), а также динамика основных маркеров социального самочувствия. Проведён сравнительный анализ экономических настроений молодёжи и остального населения.

### ABSTRACT

The economy is aimed at improving the welfare of the people, therefore it is  
extremely important to study the economic mood of the population.

In the article the author is focused on the study of economic mood of youth.  
Assessments of the economic situation in the country and the region were considered.  
Self-assessment of personal financial situation (purchasing capacity, social identity,  
actual and required level of income) was analyzed. Dynamics of main markers of social  
well-being was investigated. Comparative analysis of economic mood of youth and the  
rest of the population was held.

**Ключевые слова:** молодёжь, мониторинг общественного мнения, покупательная способность, социальная самоидентификация, фактический доход, социальное самочувствие.

**Key words:** youth, public opinion monitoring, purchasing capacity, social identity, actual income, social wellbeing.

Сущностные изменения социально-экономических, политических и духовно-культурных сфер жизни, происходящие в российском обществе в к. XX – н. XXI вв., требуют от человека принятия новых образцов поведения, ценностей, установок, ориентаций. Множество серьёзных трансформаций происходит в экономической сфере, поэтому чрезвычайно важно изучать экономические настроения населения [5, с. 94]. Вся экономика, в конечном счёте, направлена на улучшение благосостояния народа и без учёта мнения последнего общая картина экономической трансформации будет неполной [1, с. 56].

На этапе коренных изменений вопросы, которые рассматривает социологическая наука, и те сведения, которые она может дать, играют особо значимую роль [4, с. 179]. Социологическое знание, описывая взаимосвязи социальных процессов и явлений, происходящих в обществе, рассматривает субъективный фактор, который «...играет существенную и всё возрастающую роль среди факторов, определяющих содержание и вектор происходящих изменений во всём мире и в нашей стране» [6, с. 32].

«Субъективный фактор» или «социально-психологический ресурс», о котором говорят ведущие российские учёные, отражают такие показатели, как социальное восприятие (как человек воспринимает окружающую действительность, процессы, происходящие в обществе, регионе, стране и мире) и социальное самочувствие (как человек чувствует себя в этой действительности).

В исследовании, результаты которого представлены в настоящей статье, автор сосредоточился на анализе такого аспекта социального восприятия как экономические настроения молодёжи (особая социально-возрастная группа, являющаяся главным ресурсом будущего развития России). Изучены оценки экономической обстановки в стране и регионе, самооценка личного материального положения (покупательная способность, социальная самоидентификация,

фактический и необходимый для нормальной жизни уровень доходов).

Рассмотрена динамика основных маркеров социального самочувствия. Проведён сравнительный анализ экономических настроений молодёжи и остального населения.

Понятие «молодёжь» – хорошо известная категория социального мира, но в то же время не имеющая однозначного толкования, особенно в вопросе о возрастных границах этой социально-демографической группы. В Российской Федерации молодёжным официально считается возраст от 14 до 30 лет, но при этом исследователи дифференцировано подходят к определению возрастных границ молодого населения. Так, например, при изучении потребления психотропных веществ в молодёжной среде возрастные рамки определяются от 11 до 24 лет, при профессиональной ориентации – от 15 до 26 лет, при изучении экономических и политических вопросов – от 18 до 30 лет (учитываются избирательные права населения) [3, с. 6]. Автор придерживался тех теоретико-методологических подходов, которые представляют молодёжь как особую социально-демографическую группу в возрасте от 18 до 30 лет.

Исследования общественного мнения в Вологодской области осуществляет Институт социально-экономического развития территорий РАН (ИСЭРТ РАН). На протяжении двух последних десятилетий научным коллективом Института проводится мониторинг экономического положения и социального самочувствия населения области. С 1996 г. регулярно, один раз в каждые два месяца, опрашивается 1500 человек в возрасте старше 18 лет. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Репрезентативность социологической информации обеспечивается соблюдением 3 условий: пропорций между городским и сельским населением, пропорций между жителями населённых пунктов различных типов (сельские населённые пункты, малые и средние города), половозрастной структурой взрослого населения области. Величина ошибки выборки не превышает 3% при доверительном интервале 4–5%. Годовой объём выборки охватывает 9 тыс. респондентов, ошибка выборки при этом не превышает 2%.

В 2014 г. среди молодых людей, проживающих в регионе, доля положительных суждений об экономическом положении России почти в два раза

меньше удельного веса противоположных отзывов, области – в 4 раза (12 против 23% и 9 против 34% соответственно; *табл. 1*). Молодёжь всё критичнее относится к экономической ситуации в регионе: по сравнению с 2005 г. индекс стал ниже на 22 пункта.

По сравнению с остальным населением Вологодской области молодёжь несколько лучше оценивает положение дел в российской и региональной экономике: индекс выше на 7 и 4 п. соответственно.

**Таблица 1.**

**Оценка населением экономического положения России и области,  
в % от числа опрошенных**

Вариант ответа	Молодёжь 18 – 30 лет							Остальное население						
	0003	0011	0012	0013	0014	014 (+ -) к 2013	014 (+ -) к 2003	0003	0011	0012	0013	0014	014 (+ -) к 2013	014 (+ -) к 2003
<b>Экономическое положение России*</b>														
Хорошее	6,6	2,2	0,8	0,1	1,9	2	5	1,6	,2	0,7	0,6	,8	2	3
Плохое	1,8	5,0	2,8	7,7	2,5	5	1	8,7	9,6	6,3	9,4	6,8	3	2
Индекс**	4,8	7,2	8,0	2,4	9,4	7	5	2,9	9,7	4,5	1,2	2,0	1	1
<b>Экономическое положение области**</b>														
Вариант ответа	0005	0011	0012	0013	0014	Изменение 2014 (+ -) к 2013	Изменение 2014 (+ -) к 2005	0005	0011	0012	0013	0014	Изменение 2014 (+ -) к 2013	Изменение 2014 (+ -) к 2005
Хорошее	1,9	1,8	0,1	,7	,7		13	9,2	,9	,7	,4	,0	1	12
Плохое	5,6	6,9	6,9	5,5	4,1	1	9	2,5	1,2	0,3	6,2	6,3		14

И ндекс** *	6, 3	4, 9	3, 2	3, 2	4, 6	1	22	6, 7	8, 7	9, 4	2, 2	0, 7	2	26
<p>*Вопрос задаётся с 2003 г.  **Вопрос задаётся с 2005 г.  ***Для расчёта индекса из доли положительных ответов вычитается доля отрицательных, затем к полученному значению прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин</p> <p>Источник: данные мониторинга исследования общественного мнения ИСЭРТ РАН</p>														

В 2014 г. среди молодёжи доля оптимистических прогнозов относительно перспектив развития российской и региональной экономики ниже, чем удельный вес противоположных мнений (на 7 и на 13% соответственно; *табл. 2*).

По сравнению с людьми старше 30 лет, представители молодого поколения дают более оптимистичные прогнозы о будущем российской и региональной экономики (индекс выше на 8 и 7 п. соответственно). В то же время, темпы прироста индекса ожиданий развития экономики страны значительней среди лиц старше 30 лет (на 4 п.).

**Таблица 2.**

**Оценка населением перспектив развития экономики России и области, в % от числа опрошенных\***

Вариант ответа	Молодёжь 18 – 30 лет							Остальное население						
	9 9 7	0 1 1	0 1 2	0 1 3	0 1 4	014 (+ - ) к 2013	014 (+ - ) к 1997	9 9 7	0 1 1	0 1 2	0 1 3	0 1 4	014 (+ - ) к 2013	2014 (+ - ) к 1997
<b>Экономическое положение России**</b>														
Хорошее, хорошее но не во всём	,4	2, 4	0, 2	8, 8	7, 6	1	8	, 8	9 , 7	8 , 1	7 , 6	3 , 5	4	7
Плохое, плохое но не во всём	9, 4	0, 8	0, 5	2, 2	4, 6	2	15	8 , 6	5 , 1	5 , 2	5 , 9	8 , 6	3	20
Индекс****	0	0 1, 6	9, 7	6, 6	3, 0	4	23	8 , 2	4 , 6	2 , 9	1 , 7	5 , 0	7	27
<b>Экономическое положение области***</b>														

Вариант ответа	0 0 6	0 1 1	0 1 2	0 1 3	0 1 4	014 (+ - ) к 2013	014 (+ - ) к 2006	0 0 6	0 1 1	0 1 2	0 1 3	0 1 4	014 (+ - ) к 2013	2014 (+ - ) к 2006
Хорошее, хорошее но не во всём	5, 9	0, 1	7, 7	5, 1	4, 7		21	0 , 6	7 , 7	5 , 7	5 , 3	0 , 6	5	10
Плохое, плохое но не во всём	,3	1, 0	2, 2	4, 7	7, 8	3	20	4 , 4	4 , 5	7 , 1	8 , 1	0 , 3	2	16
Индекс****	2 7, 6	9, 1	5, 5	0, 4	6, 9	4	41	0 6 , 2	3 , 2	8 , 6	7 , 3	0 , 3	7	26
<p>*Вопрос звучит следующим образом: «Как Вы считаете, следующие 12 месяцев будут хорошим временем или плохим, или каким-либо еще для экономики..?»</p> <p>**Вопрос задаётся с 1997 г.</p> <p>***Вопрос задаётся с 2006 г.</p> <p>****Для расчёта индекса из доли положительных ответов вычитается доля отрицательных, затем к полученному значению прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин</p> <p>Источник: данные мониторинга исследования общественного мнения ИСЭРТ РАН</p>														

Большинство представителей молодого поколения отличаются средним уровнем покупательной способности: 58% отметило, что «денег достаточно для покупки необходимых товаров» (табл. 3), удельный вес подобных суждений за период с 2000 по 2014 гг. вырос на 15% (с 43 до 58%). Доля тех, кому «денег хватает в лучшем случае на еду», существенно сократилась (с 48 до 29%).

В целом самооценка молодыми людьми своей покупательной способности более благоприятна, чем в остальных возрастных группах: индекс выше на 5 п. (91 против 86 п.). В то же время, по отношению к 2000 г. динамика его менее позитивна (15 против 29 п.).

**Таблица 3.**

**Оценка покупательной способности населения, в % от числа опрошенных\***

Вариант ответа	Молодёжь 18 – 30							Остальное						
	лет							население						
	00 0	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 20 00	00 0	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 20 03
Покупка различных товаров вызывает трудности не	,1	4,5	3,4	3,4	3,7		5	,7	0,7	0,3	1,4	2,0	1	8
Денег достаточно для покупки необходимых товаров	2,9	5,6	0,1	8,1	7,8		15	4,5	3,8	4,6	4,7	2,9	2	28
Денег хватает в лучшем случае на еду	8,0	0,0	6,6	8,5	8,5		20	1,9	5,5	5,3	3,9	5,2	1	37
Индекс**	6,1	1,2	3,1	1,1	0,8		15	7,4	6,1	6,2	6,9	6,2	1	29

\* Вопрос задаётся с 2000 г. и звучит следующим образом: «Какая из приведенных ниже оценок наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?»

\*\*Для расчёта индекса покупательной способности доля ответов «Денег вполне достаточно, чтобы ни в чем себе не отказывать», умножается на 200, ответов «Покупка большинства товаров длительного пользования (холодильник, телевизор) не вызывает трудностей, однако покупка автомашины сейчас недоступна», - на 150, «Денег достаточно для приобретения необходимых продуктов и одежды, однако более крупные покупки приходится откладывать на потом» – на 100, «Денег хватает только на приобретение продуктов питания» - на 50. Сумма этих произведений делится на 100.

Источник: данные мониторинга исследования общественного мнения  
ИСЭРТ РАН

В структуре социальной самоидентификации молодёжи региона преобладает доля людей «среднего достатка» (48%; табл. 4). По сравнению с 1996 г. существенно снизился удельный вес «бедных» и «нищих» (с 54 до 22%).

Представители молодого поколения характеризуются более позитивной самооценкой социального статуса, нежели другие возрастные категории: индекс выше на 7 п. (97 против 90 п.).

**Таблица 4.**

**Динамика социальной самоидентификации населения, в % от  
числа опрошенных\***

Вариант ответа	Молодёжь 18 – 30 лет							Остальное население						
	99 6	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 19 96	99 6	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 19 96
Бедные и нищие	3, 7	9, 6	8, 3	1, 4	2, 3	1	31	1, 8	6, 7	8, 0	8, 6	0, 7	2	11
Люди среднего достатка	7, 3	7, 3	2, 8	8, 8	7, 5	1	10	0, 1	1, 0	1, 2	1, 8	1, 7		12
Богатые	,1	,3	,6	,3	,4		1	,7	,6	,6	,5	,4		
Индекс*	7, 9	02 ,2	05 ,0	8, 7	7, 1	2	9	9, 3	3, 7	1, 8	1, 0	9, 7	1	10

\* Вопрос звучит следующим образом: «К какой категории Вы себя относите?»

\*\*Для расчёта индекса социальной самоидентификации доля ответов «Богатые» умножается на 200, «Люди среднего достатка» - на 150, «Бедные» - на 50, «атрудняюсь ответить» - на 100. Сумма этих произведений делится на 100.

Источник: данные мониторинга исследования общественного мнения ИСЭРТ РАН

Согласно оценкам населения Вологодской области, в 2014 г. фактический доход молодых людей несколько выше, чем у остального населения (на 725 руб.; табл. 5). В то же время, финансовые притязания представителей молодого



поколения также существенней, чем у населения в возрасте старше 30 лет (на 4794 руб.). Позитивной тенденцией, отмечаемой в обеих возрастных группах, является уменьшение соотношения необходимого и фактического доходов. В группе молодёжи этот процесс идёт более быстрыми темпами: за период с 1998 по 2014 гг. данное соотношение снизилось в 0,5 раза среди лиц младше 30 лет и 0,1 раза среди остального населения.

**Таблица 5.**

**Соотношение необходимого и фактического дохода населения\***

Вариант ответа	Молодёжь 18 – 30 лет							Остальное население						
	99 8	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 19 98	99 8	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 19 98
Фактический доход, руб. (в % от числа опрошенных)	24	23 0	08 66	17 85	30 82	12 97	12 45 8	85	33 8	02 04	11 16	23 57	12 41	11 77 2
Необходимый доход, руб. (в % от числа опрошенных)	33 0	03 28	46 38	91 15	14 19	23 04	39 08 9	76 6	62 03	20 69	45 42	66 25	20 83	34 85 9
Соотношение, раз	,7	,3	,2	,3	,2	0, 1	0, 5	,0	,8	,1	,1	,9	0, 2	0, 1

\*Вопрос задаётся с 1998 г.

Источник: данные мониторинга исследования общественного мнения ИСЭРТ РАН

Как экономические настроения людей отражаются на их социальном самочувствии? Социальное настроение и запас терпения жителей области демонстрируют устойчивую тенденцию роста (в 2014 г., по сравнению с 1996 г., на 50% среди молодёжи и 60 – 69% среди остального населения; табл. 6).

Представители младшей возрастной группы характеризуются более высокими показателями социального настроения и запаса терпения (в 2014 г. индекс составил

156 против 141 п. и 175 против 166 п. соответственно). Однако темпы прироста индексов выше среди лиц в возрастной категории старше 30 лет (за период с 1996 по 2014 гг.: на 19 и 10 п. соответственно).

**Таблица 6.**

**Динамика показателей социального самочувствия населения, в %  
от числа опрошенных**

Вариант ответа	Молодёжь 18 – 30 лет							Остальное население						
	99 6	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 19 96	99 6	01 1	01 2	01 3	01 4	01 4 (+ -) к 20 13	01 4 (+ -) к 19 96
<b>Социальное настроение</b>														
Прекрасное настроение, нормальное, ровное состояние	8,0	0,0	2,3	5,5	5,1		27	1,6	0,4	5,0	5,8	7,5	2	36
Испытываю напряжение, раздражение, страх, тоску	2,3	2,9	2,7	9,8	9,3		23	0,0	1,3	9,2	9,2	6,8	2	33
Индекс*	05,7	47,1	49,6	55,7	55,8		50	1,6	29,1	35,8	36,7	40,7	4	69
<b>Запас терпения</b>														
Все не так плохо и жить можно; жить трудно, но можно терпеть	6,0	6,9	8,1	1,7	3,7	2	28	7,7	3,9	5,9	8,3	9,8	2	32
Терпеть наше бедственное положение уже невозможно	0,5	2,2	3,5	1,5	,5	3	22	1,6	6,4	6,8	5,3	3,9	1	28
Индекс*	25,5	64,7	64,6	70,2	75,2	5	50	06,1	57,6	59,1	63,0	66,0	3	60

\*Для расчёта индекса из доли положительных ответов вычитается доля отрицательных, затем к полученному значению прибавляется 100, чтобы не иметь отрицательных величин

Источник: данные мониторинга исследования общественного мнения  
ИСЭРТ РАН

Таким образом, экономические настроения молодёжи, по сравнению со старшим поколением, более позитивны. Возможно, главная причина этого кроется в том, что молодые люди в целом оптимистичней смотрят на жизнь, верят в улучшение своего материального положения, успешную карьеру и т.д.

Однако необходимо отметить, что кардинальных отличий в суждениях молодёжи от остального населения не выявлено. Во всех возрастных группах отмечается положительная динамика покупательной способности, социальной самоидентификации, размера фактического дохода, а также индикаторов социального самочувствия.

В то же время, в оценках текущего и ожидаемого экономического положения страны и региона фиксируются неблагоприятные тенденции. Это неудивительно: даже по сравнению с кризисным 1990 г. ухудшилось управление экономикой, уменьшилась конкурентоспособность российских товаров, сохранилась зависимость страны от экспорта энергоресурсов, произошла деиндустриализация. Современная российская экономика даже менее эффективна, чем в советскую эпоху крушения [1, с. 64].

Почему же на фоне негативных тенденций в оценках экономической ситуации происходит улучшение покупательной способности, социальной самоидентификации, размера фактического дохода? Причины такой динамики оценок видятся в существенной адаптации (в т.ч. психологической) значительной части населения к современным социально-экономическим условиям. Об этом свидетельствует, во-первых, рост потребительского кредитования. В 2014 г. объем кредитов, выданных физическим лицам, увеличился на 13,8% [2]. Во-вторых, в к. XX – н. XXI вв. сформировалась параллельная институциональной неформальная сетевая экономика, включающая в себя разнообразные взаимоотношения субъектов экономической деятельности, такие как неоформленная работа и «серая» зарплата.

### Список литературы:

1. Анисимов, Р.И. Экономическая трансформация России в период 1990 – 2012 годов и её отражение в сознании россиян [Текст] / Р.И. Анисимов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз – 2014. – №5. – С. 55-68.
2. Григорьева, Э. Долг неплатежом красен: в российских банках быстро растёт просрочка по кредитам [Электронный ресурс] // Новые известия. – Режим доступа: <http://www.newizv.ru/economics/2015-02-16/215007-dolg-neplatezhom-krasen.html>
3. Молодёжь современной России – ключевой ресурс модернизации [Текст]: монография / коллектив авторов; общ. ред. А.А. Шабуновой. – Вологда, Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2013. – 148 с.
4. Морев, М.В. Актуальность социологического знания на современном этапе развития российского общества [Текст] / М.В. Морев // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз – 2014. – №4. – С. 179-185.
5. Садкова, Д.А. Социальное самочувствие молодёжи: адаптация к общественным трансформациям [Текст] / Д.А. Садкова // Проблемы развития территорий. – 2014. – №74. – С. 92-99.
6. Тощенко, Ж.Т. Социальное настроение – феномен социологической теории и практики [Текст] / Ж.Т. Тощенко // Социологические исследования. – 1998. – №.1. – С.21-35.